

“看上去很火”还是“真的很火”？

——浅析农产品直播带货的问题和建议

陈才华

摘要：直播带货作为电子商务新的营销模式，比传统的电子商务具有更强的互动性、亲和力。视频直播的方式也大大提升了消费者的消费体验。它还绕过了经销商等传统中间渠道，实现了产销直接对接，以更加亲民优惠的价格，吸引消费者，黏住消费者。直播带货进入到农产品领域，延伸到田间地头，解决了农产品滞销的问题，扩大了农产品的知名度、扩展了农民增收途径，也为消费者提供了更多的选择。但农产品直播带货快速发展的同时，也存在着诸多问题，比如产品质量无保障、供应链不稳定、售后服务跟不上、同类产品恶性竞争等，这些都亟需解决和完善。直播带货如何做好“直播”，如何真正“带好货”，如何实现可持续发展？本文结合嘉兴农产品网络直播带货和其他地方的案例，以及相关的研究成果作初步剖析。

关键词：直播带货 供应链 农村电子商务 质量 运营 信誉

一、农产品网络直播带货火爆背景分析

长期以来，受政策、市场环境、农户自身等因素影响，我国农产品供应链具有特殊的结构。

(一) 分散经营的农户与供应链上下游之间的联系并不紧密，农产品面临较大交易风险^①，丰产不丰收、菜贱伤农等现象时有发生。

(二) 农户各类产品的生产成本、交易成本逐年上升，使得其经营不确定性长期存在，农产品的供应链比较薄弱。今年，受疫情影响，农产品生产和销售严重脱节，物流运输严重受阻。海南、山东、辽宁、四川等全国多个优势

农产品产业带出现滞销，多个农产品基地发出求援信号，但城市居家人群对农产品的刚性需求有增无减，供需矛盾突出。

(三) 疫情期间，各大平台电商对农产品网上销售的支持力度都很大，人们对于农产品线上销售的创新比较乐于接受，农产品直播带货方式得以被认可接受并推广应用。

二、嘉兴农产品网络直播带货成因和有利条件

嘉兴台对农栏目《小马跑乡村》对农产品直播带货作了相关调查。嘉兴地区的直播带货从尝试到井喷式爆发，几乎只经历了短短一两周时间。地方领导、当地知名人士、名主持，纷纷加入直播带货的行列，化身人气网红，助力推荐当地农产品销售。许多农场主和农业企业也纷纷走向直播带货这个新“风口”，把手机变成了“新农具”。通过一场场直播，滞销的蔬菜、水果等农产品从田间地头走上城市餐桌，销量令人惊叹。嘉兴农产品直播带货火爆具有以下有利条件：

(一) 嘉兴城乡统筹发展水平全省领先，农业转型步伐加快，特别是近年来，乡村产业优化发展加快，带动了农产品结构调整，农产品数量、产量、品种和质量都大幅提高，深受消费者喜爱。

(二) 嘉兴也是全省农村电子商务发展较早、较为活跃的地区，涌现了一批具有地方特色的淘宝村，农村电子商务已经成为拓展农民收入的重要途径。网络销售拥有良好的基础，借鉴其他物资网络销售的模式，农产品直播带货具备了先天的优势。

(三) 嘉兴地处长三角中心腹地，交通、

物流都很发达，辐射面广、带动作用强。在嘉兴海宁市长安镇，“虹越花卉”已经把直播带货当成了常态化的销售手段。每个线下门店、每个苗圃都做起了直播，各直播点均有两名主播，一个负责卖力吆喝，一个负责弹幕互动。笔者在其中一个直播点看到，短短两小时内，线上销售近10万。今年上半年，虹越花卉的电商销售额达7300万元，是去年全年的70%，这个增长率让企业负责人也连说没想到。而且，消费者遍布全国各地，范围越来越广。

(四) 各大电商平台为直播带货提供了便利条件，跨区域产销对接使农产品销售得到极大扩展。

为应对新冠肺炎疫情，阿里、京东、苏宁、拼多多等电商平台积极推进，针对农户面临的痛点问题，发起了“助农”行动。淘宝设立了10亿爱心助农基金，开启线上直播助力滞销农产品销售。淘宝平台官方主播还与山东、四川、浙江等多地农民“连麦”，上线“产地直营特产”活动，共同推介滞销的农产品。京东开启“全国生鲜产品绿色通道”，线下实体店提供终端销售平台。拼多多上线“抗疫农货”专区，并给予农产品补贴。苏宁利用丰富的线上资源提供流量支持，推出“家在苏宁拼购”直播计划，助力带货。对于没有电商经验的农产区农户，苏宁拼购为其提供一对一入驻指导，开通滞销农产品绿色通道。苏宁科技研发及产品团队实施针对性帮扶，手把手教农户运营网店。^②这些都为农产品直播带货提供了便利的技术条件。

根据嘉兴市电子商务促进会提供的数据，截至今年6月底，嘉兴地区参与直播带货的主播，人数超过2000名，观看人数超5亿次，带动线上销售超100亿元。其中，农产品带货直播不在少数，比如云上端午的一个直播带货活动，主要销售粽子等嘉兴特色农产品，销量达到了9400万。放眼全国，2020年一季度，新冠肺炎疫情影响下，农产品网络零售额逆势增长，同比增长幅度达到31.0%，其中，肉禽蛋、粮油和蔬菜销售额增速均在70%以上。

三、农产品直播带货真的看上去都那么“火”吗？主要存在哪些问题？

南京财经大学一项研究数据表明：消费者对直播购买农产品存在较大的担忧。66.53%的人担忧农产品的质量，64.44%的人担忧农产品的运输及售后保障。除此以外，也有较多的人担心直播内容的真实性。这就涉及到了农产品的质量、运营和售后三方面的问题。

一是产品质量。在目前，我国农业生产较为分散，农产品很难实现质量和标准的统一，大量农产品在没有检验检疫的情况下通过网络直播流入市场，产品质量得不到保证，存在较大的食品安全隐患。同时，目前大部分农民通过网络直播自主发货的农产品缺乏专业分类和分级，产品质量差异较大，再加上物流运输损耗，或多或少会使得消费者拿到的产品实物与直播展示中的样品不符，降低了消费者的满意度。罗永浩的一次直播带货翻车，就是消费者反馈，他带货的鲜花不新鲜，花瓣都枯萎了。这既有产品本身的问题，也有包装、运输过程中产生的问题。对此，罗永浩给出的补偿措施是，所有单子全部免单，并且双倍赔偿。

二是产品运营。农产品供应链不同于一般的商品，它是一个复杂的系统，包括生产、包装、保鲜、运输、售后等一系列环节，需要农业生产经营、物流企业、电商平台的广泛参与。但很多直播带货的商家往往忽略了这个问题，特别是家庭农场式的小规模经营户。比如在嘉兴秀洲区新塍镇，90后大学生沈霏经营一家生态农场，除了养鸭养鹅，自己还做酱鸭酱鹅。疫情期间，菜场超市和小区都是封闭管理，农场的销售遇到困难。沈霏抱着试试看的心情，陆续在各大平台开通了直播。直播确实起到了“带货”的作用，但是原本100元钱左右一只的酱鸭，因为要承担真空包装、冰袋、运费，成本相应增加了30多元，也就是说百分之三十的毛利被运输和包装成本占去了，成了“亏本赚吆喝”。和沈霏一样，南湖区新丰镇90后姑娘高磊燕，疫情期间也尝试直播带货，以压缩利润，低于市场的价格卖自家农场产的禽蛋，一开始效果还不错，一个月有一千多单，营业额达到了一家门店的数额，但是打“低价”牌换

来的销量，对家庭农场来说，根本无法持续，价格一旦提到跟市场价差不多，销量就急剧下降。此外，像禽蛋这种易碎的农产品，包装和运输稍有不慎，就会造成破损。售后服务也是一件很烦心的事，每一个环节都不能让人省心。目前，两位90后农场主直播的频度已经大为减少，目标也不再是带货本身，而是为了增加产品的曝光度，就当投放了广告费。

三是售后保障。农产品直播带货内容同质化严重，商品本身的品质有好坏，直播是否真实反映了产品的规格和品质？生鲜农产品在包装和运输过程中出现损坏、腐烂等情况，究竟是技术问题、能力问题，还是意外产生？品质如何得到有效保障，售后服务如何满足消费者需求？此外，针对不可避免存在的以次充好、李代桃僵、数据造假等现象导致的信誉问题，甚至引发消费纠纷，如何用技术的、制度的手段加以约束和规范？部分直播平台的交易方式不规范，质量安全问题难以追溯，消费者权益极易受到损害，这多少降低了农产品网络直播行业发展的整体质量。

四、做好“直播”带好“货”，促进农产品网络直播经济健康快速发展

对于上述存在的种种问题，笔者认为，直播带货不但要做好“直播”，还要带好“货”。直播带货的根本要义是促进农产品网络直播经济的健康快速发展。

(一) 严把品质关。农产品直播带货，带的是“货”。笔者走访调查后明显感觉到，当前消费者对于任何商品都有很强的品牌意识，农产品也不例外。那些质量上乘、有地方品牌特色的农产品，总能在线上被抢购一空。因此，农户应对接消费者需求，提升产品质量，并做好产地包装、储存、分级、加工等工作，提升产品市场竞争力，维护当地农产品形象，推动农产品出村、进城、走向全国。农业主管部门、地方农业合作社等，应尽快建立上线农产品认定管理办法，强化直播产品监督管理，保证农产品质量，甚至可以注册本地农产品公用品牌，免费提供给通过质量认定的农产品使用。

(二) 提升信誉度。如何让消费者通过“直播带货”，带走你的“货”，有时候，酒香不见

得怕巷子深。品质上乘的农产品，也要让人了解和熟悉，要让人买账。受新冠疫情影响，今年嘉兴各乡镇的特色农产品都出现滞销的情况。作为嘉兴台一档有着多年较强影响力的栏目《小新说事》，主持人小新联合各镇村干部、农技专家等，对桐乡的槲李、洪合的蜜梨、姚庄的黄桃、凤桥的水蜜桃、大桥的葡萄等特色农产品进行直播推荐。“名主持+当地党政干部（农技专家）”的组合自带流量，配置比较高端，更重要的是显示了诚意，代表了信誉。节目推出后，获得的不仅仅是销量，还有当地农产品的品牌知名度和美誉度。

当然，农产品需要的是持续的销量，直播需要的是持续鲜活的流量，明星和官员只能解决一时的农产品滞销，并非长久之计。^③专业的事还是需要专业的人来做。农产品直播带货的长远发展，还要培养专业的新型直播人才，需要对直播从业人员进行相关的专业培训，不仅要掌握农产品的特点，了解当地的产业特色，甚至还需要了解农产品背后的当地人文、文化背景，以及相关的法律法规等。

(三) 规范直播端。农产品直播带货，如何做好“直播”，管好“直播”，让直播真正带好“货”，成为消费者放心的采购渠道，这当中还有很多事要做。一是对直播网络平台进行监管，建立直播平台负责制，鼓励电商平台完善农产品网络直播的诚信评价机制，规范农产品网络直播销售行为。二是提高网络直播带货的违法成本，建立直播农产品的可追溯系统，对以次充好、假冒伪劣、侵害消费者权益的行为，依法从严查处。三是加快研究出台针对农产品网络直播行业规范化、法制化发展的相关政策与措施，促进农产品网络直播经济的健康快速发展。

五、结语

农产品网络直播带货，既具有网络销售的优势，也具有其共性的问题，还存在农产品自身的局限。笔者认为，农产品网络直播带货，要树立自身的形象和口碑，重点是要建立“好的产品+好的平台”。一方面，要确保农产品的质量，做好生产、包装、储存、运输等各个环

节的工作，确保送到消费者手中的产品价廉物美、货真价实。另一方面，要加强平台监管和制度建设，既要发挥主管部门的监管职能，又要强化平台自我管理能力和市场倒逼，不断规范和提升农产品网络直播的水平，培养更多的农产品品牌。让真正好的农产品通过网络看得见、卖得掉，不断提升知名度、美誉度，使网络直播经济和农业经济相互促进、共生共荣。

参考文献：

①邓俊森《农户风险与农产品供应链脆弱性》，《农业经济》，2008年7月。

②朱美娟《新冠肺炎疫情下，农产品滞销问题带来的思考与启示》，人民网-舆情频道 人民网新媒体智库 2020年02月27日。

③余颖《“县长直播”助农带好货 党政干部直播带货现状调查》，中国经济网 2020年7月7日。

（作者单位：嘉兴市广播电视集团）

